

Елена КОРЧЕМКИНА,
Гуманитарный университет,
г. Екатеринбург

От «черного» пиара к «мягкой» пропаганде: журналистика по-новому

Личность тележурналиста — это не лицо в кадре, а собственный взгляд на жизнь. Иногда бывает, увы, иначе: лицо в кадре есть, личности — нет, но часто и наоборот: эта личность везде — белой нитью сквозь все сюжеты и комментарии. Никто уже не отрицает эффекта воздействия журналистов на аудиторию. Многие теоретики, исследователи позиционируют эту функцию на втором месте, все-таки после информационной. Однако методы воздействия столь разнообразны, что зависят только от фантазии журналиста. Зачем журналистам «свобода слова», если и в таких условиях они достигают высшего пилотажа в манипулировании общественным сознанием. Нас, зрителей, уже не удивит «про и контра» настроенными Шереметом и Доренко.

Такая откровенная пропаганда вызывает желание «поиграть» пультом от телевизора. «Много вас таких, комментаторов», — думает зритель, и если в первых фразах диктора не будет лаконичного «Что? Где? Когда? И Как?», то зритель смело переключает канал сра-

зу после эмоционально — пропагандистского приветствия нас с экрана. Мы за объективизацию. Скорее всего, это зрителю нужна свобода, свобода восприятия. Нам и так много лет говорили что и как делать, так сейчас мы сами в состоянии проанализировать то, что Буш подавился булочкой. Но, к разочарованию или к счастью всех со мной солидарных, пропаганда не умерла. Действительно, время откровенного черного пиара прошло. Современный зритель жаждет фактов и только фактов. Наиболее смелые СМИ не стали возражать: «будут вам факты», но от пропаганды не отказались, просто переодели ее в камуфляж цвета хаки, и ее уже не видно в лесных чащах новостей. Она завуалирована в словах, постановке фразы, заголовке, очередности сюжетов и т.д. И мастерство журналиста заключается в том, чтобы под всеми любимой объективностью преподнести свои истинные мысли.

При исследовании образов тележурналистов вырисовывается довольно таки положительные портреты (по оценке зрителей), претен-

дующие на идеальные. Что это — новая качественная этическая журналистика, или отличные актеры, как будто бы играющие по нашим правилам? Среди негативных образов следует выделить признание журналиста ловцом сенсаций и «жареных» фактов. Вызвано это тем, что в погоне за сенсацией журналисты подчас забывают об установленных законом ограничениях и запретах, пренебрегая интересами тех. Кто вовлечен в орбиту сенсационных событий. В массовом сознании это также нашло отражение в признании журналистов манипуляторами общественного мнения. В

крайнем выражении это так называемая «журналистика без правил». В концентрированном виде она была в свое время сформулирована А. Невзоровым в интервью. Суть такова: «Правил в журналистике быть не должно. Задача — упаковать и продать информационный товар, а какими средствами — не имеет значения».

И все-таки не полностью люди утратили веру в телевидение и в журналистов, в частности. Видимо для многих телевидение является интеллигентным, интересным и информативным, а журналист — умным, талантливым, порядочным и объективным.